

Analyse der Zuschauerakzeptanz bei
Fußball-Weltmeisterschaften 1954 bis 2006

→ Die Fußball-WM als Fernsehevent

Von Heinz Gerhard*

WM 2006 war eines
der größten Ereignisse der
TV-Geschichte

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland war bisher eines der größten Ereignisse in der deutschen Fernsehgeschichte. 83 Prozent der Fernsehzuschauer sahen mindestens eines der 56 bei der ARD, dem ZDF und bei RTL übertragenen Spiele. Im Durchschnitt hatten die Spiele eine Zuschauerzahl von 12,06 Millionen bei einem Marktanteil von knapp 53 Prozent; die Spiele der deutschen Mannschaft sahen durchschnittlich sogar 24 Millionen Fernsehzuschauer bei einem Marktanteil von fast 81 Prozent (vgl. Tabelle 1). Das Halbfinale Deutschland gegen Italien sahen 29,66 Millionen Zuschauer. Rechnet man die Zuschauer dazu, die die Spiele außer Haus oder per Public Viewing verfolgt haben (also bei Freunden/Bekanntem/Verwandten, in Gaststätten/Kneipen, auf öffentlichen Plätzen/bei öffentlichen Veranstaltungen mit Großbildleinwänden, am Arbeitsplatz oder an anderen Orten), so kann man nochmals bis zu 16 Millionen Zuschauer (z. B. beim genannten Halbfinalspiel) hinzurechnen (vgl. dazu den Beitrag von Geese/Zeughardt/Gerhard in diesem Heft).

Diese überwältigende Akzeptanz der WM 2006 bestätigt in zugespitzter Form die außerordentliche Rolle von Fußballübertragungen im Fernsehen. Keine andere Sportart scheint so für das Fernsehen geeignet wie der Fußball – nicht nur bei einer Fußball-WM.

Fußball: Der ideale Fernsehsport

Die Akzeptanz von Sportübertragungen im Fernsehen hängt in der Regel von der unterschiedlichen Kombinationen der folgenden zehn Kriterien ab: (1)

1. der Sportart und ihrer Tradition,
2. den Erfolgschancen deutscher Sportler/Mannschaften,
3. der Markenstärke der Sportart,
4. der Persönlichkeit der Akteure,
5. dem übertragenden Fernsehsender,
6. dem Eventcharakter der Übertragung,
7. der fernsehgerechten Umsetzung,
8. der Tageszeit der Ausstrahlung,
9. dem eigenen Programmumfeld,
10. der breiten Zielgruppenansprache.

Offensichtlich erfüllt keine Sportart so wie der Fußball alle diese Erfolgskriterien gleichermaßen auf hohem Niveau.

Fußball im Fernsehen: erfolgreich von Anfang an

Fußball im Fernsehen hat eine lange und erfolgreiche Tradition. Seit es Fernsehen in Deutschland gibt, gibt es Fußballübertragungen im Fernsehen. (2) Am ersten Weihnachtsfeiertag 1952 nahm beim da-

maligen Nordwestdeutschen Rundfunk (NWDR) in Hamburg das Fernsehen in Deutschland seinen regelmäßigen Sendebetrieb auf. Gleich am zweiten Weihnachtsfeiertag, am zweiten Sendetag also, zeigte das Fernsehprogramm des NWDR am Nachmittag um 14.15 Uhr eine Fußballübertragung: das Wiederholungsspiel des Achtelfinals im DFB-Pokal SF Hamborn 07 gegen FC St. Pauli. (3) Die Übertragung war allerdings nicht live, sondern eine Aufzeichnung des Spiels, das kurz vor Weihnachten stattgefunden hatte. Es werden nicht allzu viele Zuschauer das Spiel im Fernsehen gesehen haben. Denn der gerade gestartete regelmäßige Fernsehbetrieb fand nur in einem begrenzten Sendegebiet des damaligen NWDR in Hamburg statt. Zum Jahreswechsel 1952/53 waren in Hamburg gerade 75 Fernsehgeräte angemeldet. (4)

Seither ist Fußball im Fernsehen eine attraktive Programmware, wobei natürlich die Spiele der Fußball-Weltmeisterschaften am begehrtesten sind. Seit 1954 überträgt das Fernsehen Spiele von Weltmeisterschaften, mit Ausnahme der WM 1962, mit jeweils einer nennenswerten Anzahl von Livespielen (vgl. Tabelle 2).

Ein unabdingbares Erfolgskriterium für hohe Einschaltquoten ist die Teilnahme der deutschen Fußballnationalmannschaft. Die deutsche Mannschaft hat seit 1954 ununterbrochen an allen Weltmeisterschaften teilgenommen. Die Spiele der deutschen Mannschaft erzielten bei allen WM- und auch EM-Turnieren immer die höchsten Zuschauerzahlen, mit zwei Ausnahmen: Nur bei zwei EM-Turnieren – 2000 und 2004, als die deutsche Mannschaft jeweils bereits in der Vorrunde ausschied – lagen die Zuschauerzahlen der jeweiligen Endspiele (Frankreich – Italien und Portugal – Griechenland) über der Zuschauerzahl des jeweils meistgesehenen Spiels der deutschen Mannschaft.

Bei der WM 2006 erreichten die Spiele der deutschen Mannschaft im Schnitt eine Zuschauerzahl von 24,04 Millionen. Die Spiele ohne deutsche Beteiligung kamen auf 10,27 Millionen (vgl. Tabelle 1). Auch bei der WM 2002 lagen die Zuschauerzahlen der deutschen Spiele mit 17,71 Millionen deutlich über denen der anderen Mannschaften mit 6,34 Millionen (vgl. Tabelle 2). Das bedeutet: Der Einschaltquotenerfolg eines WM-Turniers ist eng mit der Teilnahme der deutschen Mannschaft und ihrem Erfolg während des Turniers verbunden.

WM 1954 bis 1962: Drei Weltmeisterschaften noch ohne die Messung von Einschaltquoten

Das erste große Fußballereignis im deutschen Fernsehen, ja Fernsehereignis überhaupt, war die Fußball-WM 1954. Die ARD übertrug neun der 26 Spiele live: vier Vorrundenspiele, zwei Viertelfinalspiele, ein Halbfinale, das Spiel um Platz drei und natürlich das Endspiel Deutschland gegen Ungarn. (5) Zum Sendestart des ARD-Gemeinschaftsprogramms am 1. November 1954, ein knappes halbes Jahr nach dem Endspiel, waren in Deutschland

Hohe Einschaltquoten durch deutsche Teilnahme und deutsche Erfolge

WM 1954: erstes großes Fußballereignis im deutschen Fernsehen

* ZDF-Medienforschung.

① **WM 2006: Spiele mit und ohne deutsche Mannschaft**

Zuschauer ab 3 Jahre in Mio, Marktanteile in %

Sender	Spiel	Anzahl Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %
ARD/ZDF	WM-Spiele deutsche Mannschaft	7	24,04	80,7
ARD/ZDF/RTL	WM-Spiele gesamt	56	12,06	52,8
ARD/ZDF/RTL	WM-Spiele ohne deutsche Mannschaft	49	10,27	47,1

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, pc#tv, Fernsehpanel D + EU.

② **WM 1954 bis 2006: Anzahl Spiele/Livespiele im Fernsehen**

Einschaltquoten in %, Zuschauer in Mio, Marktanteile in %

Jahr/Gastgeberland	Übertragende Sender	Anzahl Spiele bei WM	Anzahl Spiele live im Fernsehen	alle Livespiele Einschaltquote Haushalte in %	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %	Livespiele der deutschen Mannschaft Einschaltquote Haushalte in %	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %
1954 Schweiz	ARD	26	9						
1958 Schweden	ARD	35	9						
1962 Chile	ARD	32	0						
1966 England	ARD/ZDF	32	11	55			65		
1970 Mexiko	ARD/ZDF	32	9	58			62		
1974 Deutschland	ARD/ZDF	38	18	59			68/62 ¹⁾		
1978 Argentinien	ARD/ZDF	38	22		13,97			21,36	
1982 Spanien	ARD/ZDF	38	34		13,54			20,93	
1986 Mexiko	ARD/ZDF	52	39		10,78			21,29	
1990 Italien	ARD/ZDF	52	45		11,40	60,8		22,38	83,3
1994 USA	ARD/ZDF	52	44		7,29	48,4		17,71	70,6
1998 Frankreich	ARD/ZDF	64	55/6 ²⁾		10,29	48,1		21,86	75,2
2002 Japan/Südkorea	ARD/ZDF	64	26		9,24	65,3		17,71	82,5
2006 Deutschland	ARD/ZDF/RTL	64	56		12,06	52,8		24,04	80,2

1) Einschaltquote Spiele Mannschaft Bundesrepublik/Mannschaft DDR.

2) Sechs Spiele wurden bei 3sat übertragen.

Quelle: 1966–1974 Infratam, 1978–1982 Teleskopie, 1986 GfK, seit 1990 AGF/GfK, bis 1990 Deutschland West, seit 1992 Deutschland gesamt, 1986–2002 Fernsehpanel D, 2006 Fernsehpanel D + EU, 1986–1992 GfK-Inmarkt, seit 1998 GfK pc#tv, 1978–1982 Zuschauer ab 3 Jahre, 1986–1994 Zuschauer ab 6 Jahre, seit 1998 Zuschauer ab 3 Jahre.

61 137 Fernsehgeräte angemeldet. Rechnet man die zusätzlich geschätzten 40 000 nicht angemeldeten Geräte (6) dazu, dann kann man von einer Verbreitung von rund 100 000 Fernsehgeräten zum Jahresende 1954 ausgehen. Da die Fußball-WM selbst einen großen Nachfrageschub nach Fernsehgeräten auslöste, muss man für den Zeitraum der WM selbst (Juni/Juli 1954) von einer geringeren Anzahl ausgehen. Dennoch scheinen Hunderttausende, wenn nicht Millionen von Zuschauern das Spiel im Fernsehen – vor allem per Public Viewing in Gaststätten – gesehen zu haben. (7)

WM 1958 in Schweden

1958, als die Fußball-WM in Schweden stattfand, gab es zum Jahresende 2,13 Millionen Haushalte in Deutschland mit einem Fernsehgerät. (8) Die ARD übertrug wiederum neun der 35 Spiele live. (9) Deutschland war nicht mehr so erfolgreich wie vier Jahre zuvor und verlor im Halbfinale gegen Schweden, Brasilien wurde Weltmeister.

Die WM 1962 in Chile war die einzige in der Fernsehgeschichte, zu der es keine Fernseh-Liveübertragungen nach Deutschland gab. 1962 im Mai und Juni, als die WM-Spiele stattfanden, gab es noch keinen Übertragungssatelliten, der Liveübertragungen von Südamerika nach Europa möglich machte. (10) Die ARD strahlte bei dieser WM jeweils einen Tag nach den Vorrunden-, den Viertelfinal- und den Halbfinalspielen sowie ebenfalls einen Tag nach dem Endspiel längere zusammenfassende Fernsehberichte der Spiele aus. (11) Deutschland schied bereits im Viertelfinale gegen Jugoslawien aus, und Brasilien wurde zum zweiten Mal Weltmeister.

WM 1962 in Chile: keine TV-Liveübertragungen nach Deutschland

WM 1966 bis 1974: Deutsche Erfolge und hohe Einschaltquoten

Die WM 1966 in England kann man als erste richtige „Fernseh-WM“ bezeichnen. Die Ausstattung mit Fernsehgeräten hatte bis in die Mitte der 60er Jahre kräftig zugenommen. Zur WM waren 66 Prozent der deutschen Haushalte Fernsehhaushalte. Seit dem 1. April 1963 war mit dem ZDF ein zweites öffentlich-rechtliches Fernsehprogramm in Konkurrenz zur ARD auf dem Markt. Zur Jahresmitte

WM 1966: erste richtige „Fernseh-WM“

1966, als die WM stattfand, konnten 78 Prozent der Fernsehhaushalte (das waren 51% aller Haushalte) das ZDF empfangen. (12) Mit dem Sendestart des ZDF 1963 war die telemetrische Einschaltquotenmessung eingeführt worden, und somit war es die erste WM, zu der Einschaltquoten vorliegen. (13)

Die ARD und das ZDF übertrugen und berichteten in deutlich größerem Umfang als bei den vorherigen Weltmeisterschaften. Die beiden Sender teilten sich die Berichterstattung von der WM. Insgesamt zeigten die beiden Programme elf der 32 Spiele live, fünf die ARD und sechs das ZDF. Die beiden Sender übertrugen alle sechs Spiele der deutschen Mannschaft: die ARD vier, das ZDF zwei. Außerdem zeigten das ZDF und die ARD jeweils ein Spiel als wiederholte Aufzeichnung direkt nachdem die Liveübertragung des Spiels im jeweils anderen Sender zu Ende war. Darüber hinaus brachten ARD und ZDF Ausschnitte und Zusammenfassungen von zwölf weiteren Spielen. Die elf Liveübertragungen erreichten im Durchschnitt eine Einschaltquote von 55 Prozent, die sechs Spiele der deutschen Mannschaft kamen auf 65 Prozent. Die höchsten Einschaltquoten erzielte die ARD beim Vorrundenspiel Deutschland gegen Spanien mit 77 Prozent und beim Endspiel Deutschland gegen England mit 76 Prozent.

**WM 1970 in Mexiko:
erstmalig Livespiele
über Satellit
und erste Farb-
übertragung**

Bei der WM 1970 in Mexiko war es zum ersten Mal möglich, Livespiele aus Südamerika nach Europa zu übertragen. Außerdem wurden die Anstoßzeiten so gelegt, dass die Spiele in Europa am Vorabend, in der Primetime und am Spätabend gesehen werden konnten. Zum ersten Mal wurde das Fernsehbild bei einer WM in Farbe ausgestrahlt. ARD und ZDF zeigten neun der 32 Spiele live – neben den sechs Spielen der deutschen Mannschaft noch das Eröffnungsspiel, ein Gruppenspiel und das Endspiel. Ferner boten ARD und ZDF den Zuschauern von elf weiteren aufgezeichneten Spielen zusammenfassende Spielberichte an. Vier Spiele der deutschen Mannschaft, die am Vortag erst kurz vor Mitternacht übertragen wurden, konnte man am darauffolgenden Nachmittag nochmals als Wiederholung sehen. Die Einschaltquoten der Livespiele lagen im Durchschnitt bei 58 Prozent. Die Spiele der deutschen Mannschaft erreichten durchschnittlich eine Einschaltquote von 62 Prozent. Das Viertelfinale Deutschland gegen England hatte mit 70 Prozent die höchste Quote, das „Jahrhundertspiel“ im Halbfinale Deutschland gegen Italien kam auf 64 Prozent.

**WM 1974
in Deutschland:
fast Vollversorgung
mit TV-Geräten**

1974 bei der WM in Deutschland hatte sich die Ausstattung mit Fernsehgeräten fast der Vollversorgung genähert. Aufgrund einer Änderung im Spielmodus – statt Viertel- und Halbfinale fand eine Finalrunde statt – war die Anzahl der Spiele auf 38 gewachsen. ARD und ZDF übertrugen 18 der Spiele live. Die Einschaltquote lag durchschnittlich bei 59 Prozent, die sieben Spiele der Mannschaft der Bundesrepublik erreichten 68 Prozent, die drei Livespiele der DDR-Mannschaft 62 Prozent Einschaltquote. Das Endspiel Deutschland gegen Niederlande hatte mit 80 Prozent die höchste Einschaltquote.

Seit der WM 1978: Einschaltquoten auf Personenbasis

Im Laufe des Jahres 1975 hatten ARD und ZDF ihr Einschaltquotenmessverfahren auf die Erfassung von Personenreichweiten erweitert. Somit gab es für die WM in Argentinien 1978 zum ersten Mal personenbezogene Zuschauerzahlen. (14) Von den 38 Spielen übertrugen ARD und ZDF 22 live. Sie erreichten im Schnitt eine Zuschauerzahl von 13,97 Millionen. Die sechs Spiele der deutschen Mannschaft sahen durchschnittlich 21,36 Millionen Zuschauer. Die höchste Zuschauerzahl hatte die Finalrundenbegegnung Deutschland gegen Niederlande mit 23,41 Millionen Zuschauern. Die Finalrundenbegegnung Deutschland gegen Österreich, die die unterlegene deutsche Mannschaft um den Einzug ins Finale bzw. um das Spiel um den dritten Platz brachte, sahen 19,24 Millionen Zuschauer.

Bei der WM in Spanien 1982 erhöhte sich die Anzahl der bei ARD und ZDF übertragenen Spiele auf 34 von 38 insgesamt ausgetragenen Partien. Mit der Wiedereinführung der Halbfinals nach der Finalrunde hatte die FIFA wieder ein wichtiges zusätzliches Spannungselement – auch für die Fernsehzuschauer – in das Turnier integriert. Die Livespiele sahen durchschnittlich 13,97 Millionen Zuschauer, 21,36 Millionen verfolgten die sieben Begegnungen der deutschen Mannschaft. Einschaltquotenhit war das Finale Deutschland gegen Italien mit 26,16 Millionen Zuschauern, gefolgt vom Halbfinale Deutschland gegen Frankreich mit 21,28 Millionen Zuschauern.

Bei der WM in Mexiko 1986 erhöhte sich die Zahl der teilnehmenden Mannschaften auf 24 und somit auch die Anzahl der Spiele auf 52. Die FIFA führte wieder den alten Spielmodus mit einem durchgängigen K.O.-System über Achtel-, Viertel- und Halbfinale nach der Vorrunde ein. ARD und ZDF übertrugen 39 Spiele live. Die durchschnittliche Reichweite lag bei 10,78 Millionen Zuschauern. Die Zuschauerzahl der Spiele der deutschen Mannschaft lag mit 21,29 Millionen wiederum über der 20-Millionen-Grenze. Mit 27,02 Millionen Zuschauern erreichte das Endspiel Deutschland gegen Argentinien die höchste Quote, gefolgt vom Halbfinale Deutschland gegen Frankreich mit 23,55 Millionen.

Bei der WM 1990 erhöhte sich die Anzahl der bei ARD und ZDF übertragenen Spiele nochmals auf 45 von insgesamt 52 ausgetragenen Begegnungen. Im Schnitt verfolgten 11,40 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von 60,8 Prozent die Spiele. Die sieben Begegnungen der deutschen Mannschaft bis ins Endspiel sahen durchschnittlich 22,38 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von 83,3 Prozent. Die höchsten Zuschauerzahlen erreichte das Finale Deutschland gegen Argentinien mit 28,66 Millionen Zuschauern bei einem Marktanteil von 88,0 Prozent, gefolgt vom Halbfinale Deutschland gegen England mit 24,95 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 85,0 Prozent.

WM 1982 in Spanien

**Seit der WM 1986:
mehr Mannschaften,
mehr Spiele, mehr
Liveübertragungen**

Mit 44 vollständig übertragenen und zwei weiteren, in fast vollständiger Länge gezeigten Livespielen bei ARD und ZDF von 52 ausgetragenen Begegnungen erreichte die WM in den USA 1994 einen zwischenzeitlichen Höhepunkt. Allerdings verfolgten aufgrund der in vielen Fällen für deutsche Fernsehzuschauer ungünstigen Anstoßzeiten in der Nacht „nur“ durchschnittlich 7,29 Millionen Zuschauer bei einem Marktanteil von 48,4 Prozent die Livespiele. Auch die Zuschauerzahl der fünf deutschen Spiele lag mit 17,71 Millionen und einem Marktanteil von 70,6 Prozent unterhalb der vorangegangenen Weltmeisterschaften. Das Viertelfinalspiel Deutschland gegen Bulgarien, in dem die deutsche Mannschaft ausschied, hatte mit 20,01 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 77,9 Prozent die höchste Akzeptanz.

WM 1994: erstmals Quotenmessung für ganz Deutschland

Seit 1992 werden die neuen Bundesländer in der Einschaltquotenmessung mit erfasst. So konnten bei der WM 1994 zum ersten Mal Zuschauerzahlen für ganz Deutschland ausgewiesen werden. (15)

WM 1998: noch mehr teilnehmende Mannschaften

Ab der WM in Frankreich 1998 erhöhte die FIFA die Zahl der teilnehmenden Mannschaften auf 32. Damit nahm die Zahl der Spiele auf 64 zu. ARD und ZDF übertrugen 55 Begegnungen in voller Länge live. 10,29 Millionen Zuschauer sahen im Schnitt die Livespiele mit einem Marktanteil von 48,1 Prozent bei ARD und ZDF. Die fünf Spiele der deutschen Mannschaft – erneut schied sie im Viertelfinale (gegen Kroatien) aus – erreichten eine durchschnittliche Zuschauerzahl von 21,86 Millionen bei einem Marktanteil von 75,2 Prozent. Auf die höchste Zuschauerzahl kam daher auch mit der Begegnung Deutschland gegen USA das erste Vorrundenspiel des deutschen Teams: 24,37 Millionen Zuschauer und ein Marktanteil von 70,1 Prozent wurden gemessen.

Die WM 1998 zeichnete sich durch ein Novum aus: Sechs der acht zeitgleichen Spiele des letzten Vorrundenspieltags konnten ARD und ZDF auf 3sat ausstrahlen. Dort erreichten die Liveübertragungen eine Zuschauerzahl von durchschnittlich 0,45 Millionen bei einem Marktanteil von 2,0 Prozent.

WM 2002: Splitting der Ausstrahlungsrechte für Free-TV und Pay-TV

Einen für die Fernsehsender markanten Einschnitt gab es bei der WM in Japan und Südkorea 2002. Die FIFA splittete in den meisten nationalen Märkten die Ausstrahlungsrechte in Free-TV- und Pay-TV-Rechte. Nationale Pay-TV-Anbieter zeigten alle Spiele live, für die Free-TV-Sender blieb ein begrenztes Kontingent von wichtigen Spielen für die jeweiligen heimischen Märkte. Das „Produkt“ Fußball-WM wurde im Free-TV künstlich verknappert, um auf vielen nationalen Märkten die Abonnementzahlen im Pay-TV zu erhöhen. In Deutschland

erwarben ARD und ZDF die Rechte für insgesamt 26 Liveübertragungen. Insgesamt fanden 64 Spiele statt. Im Durchschnitt erreichten die 26 im Free-TV bei ARD und ZDF übertragenen Spiele eine Zuschauerzahl von 9,24 Millionen bei einem Marktanteil von 65,3 Prozent. Die sieben Spiele der deutschen Mannschaft kamen auf 17,71 Millionen bei einem Marktanteil von 82,5 Prozent. Das meistgesehene Spiel war das Endspiel Deutschland gegen Brasilien mit 26,52 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 88,2 Prozent.

Bei der WM in Deutschland 2006 verfolgte die FIFA dann im Vergleich zur WM vier Jahre zuvor eine entgegengesetzte Vermarktungspolitik. Aufgrund der in vielen nationalen Märkten eher rückläufigen Reichweiten 2002 – vor allem hinsichtlich der für die Werbewirtschaft und die Sponsoren wichtigen Kontaktzahl bei der in vielen nationalen Märkten reduzierten Anzahl von Livespielen – fanden 2006 deutlich mehr Übertragungen im Free-TV statt. In Deutschland wurden insgesamt 56 der 64 Spiele live im Free-TV gezeigt, lediglich die weniger attraktiven acht zeitgleichen Vorrundenspiele waren neben den 56 anderen Begegnungen nur im Pay-TV zu sehen. Zum ersten Mal übertrugen mit der ARD, dem ZDF und RTL drei Sender die Spiele im Free-TV, wobei die beiden öffentlich-rechtlichen Programme je 24 und RTL insgesamt acht Spiele übertrug. Erstmals hatten ARD und ZDF Spiele an einen kommerziellen Konkurrenten sublizenzieren. Mit einer durchschnittlichen Zahl von 12,06 Millionen Zuschauern bei einem Marktanteil von 52,8 Prozent war die Sehbeteiligung die höchste seit 1982. Die Spiele der deutschen Mannschaft erreichten mit 24,04 Millionen bei einem Marktanteil von 80,2 Prozent einen Höchstwert. Das Spiel mit der höchsten Reichweite war das Halbfinale Deutschland gegen Italien mit 29,66 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 84,1 Prozent.

Eine Übersicht über die Anzahl der im Fernsehen von 1954 bis 2006 gezeigten WM-Spiele mit Einschaltquoten, absoluten Zuschauerzahlen und Marktanteilen für alle Spiele und für die Spiele mit der deutschen Mannschaft zeigt Tabelle 2.

Fußball als Markenprodukt im Fernsehen

Fußballübertragungen im Fernsehen sind auch außerhalb von Weltmeisterschaften ein Garant für hohe Reichweiten und Marktanteile. Verlässlich generieren Live-Fußballspiele hohe Marktanteile. Fußballübertragungen sind somit eines der erfolgreichsten Markenprodukte im Fernsehen. Eine Marke ist ein Produktversprechen, und die Zuschauer fragen ein erwartbares Produkt nach. Diese Produkt-erwartung richten die Zuschauer beim Fußball vor allem an Liveübertragungen.

Im Jahr 2005 erzielten die Live-Fußballübertragungen bei der ARD eine Reichweite von durchschnittlich 6,74 Millionen bei einem Marktanteil von 27,1 Prozent, beim ZDF erreichten sie 5,95 Millionen bei einem Marktanteil von 23,8 Prozent und bei SAT.1 kamen sie auf 5,75 Millionen bei einem Marktanteil von 21,4 Prozent. (16) Am erfolgreich-

WM 2006: deutlich mehr Übertragungen im Free-TV

Länderspiele am erfolgreichsten

③ Die 25 meist gesehenen Fernsehsendungen 1992 bis 2006

Zuschauer in Mio

Platz	Sender	Spiel/Sendung	Wettbewerb/Genre	Datum	Zuschauer in Mio
1	ZDF	Deutschland – Italien	WM-Halbfinale 2006	04.07.2006	29,66
2	ZDF	Deutschland – Tschechien	EM-Finale 1996	30.06.1996	28,44
3	ZDF	Deutschland – Brasilien	WM-Finale 2002	30.06.2002	26,52
4	ARD	Frankreich – Italien	WM-Finale 2006	09.07.2006	25,88
5	ARD	Deutschland – England	EM-Halbfinale 1996	26.06.1996	24,85
6	ARD	Deutschland – Argentinien	WM-Viertelfinale 2006	30.06.2006	24,74
7	ZDF	Portugal – Griechenland	EM-Finale 2004	04.07.2004	24,74
8	ARD	Deutschland – USA	WM-Vorrunde 1998	15.06.1998	24,37
9	ARD	Deutschland – Iran	WM-Vorrunde 1998	25.06.1998	24,32
10	ARD	Deutschland – Dänemark	EM-Endspiel 1992	26.06.1992	24,16
11	ARD	Deutschland – Tschechien	EM-Vorrunde 2004	23.06.2004	24,08
12	ARD	Brasilien – Frankreich	WM-Endspiel 1998	12.07.1998	24,06
13	ZDF	Deutschland – Portugal	WM 3. Platz 2006	08.07.2006	23,97
14	ARD	Deutschland – Polen	WM-Vorrunde 2006	14.06.2006	23,88
15	ARD	Deutschland – Schweden	EM-Halbfinale 1992	21.06.1992	23,84
16	ZDF	Deutschland – Niederlande	EM-Vorrunde 2004	15.06.2004	23,57
17	ARD	Deutschland – Kroatien	WM-Viertelfinale 1998	04.07.1998	23,26
18	ZDF	Deutschland – Schweden	WM-Achtelfinale 2006	24.06.2006	22,34
19	ZDF	Wetten, dass..?	Show	22.02.1992	21,50
20	ZDF	Wetten, dass..?	Show	25.01.1992	21,48
21	ARD	Deutschland – Ecuador	WM-Vorrunde 2006	20.06.2006	21,30
22	ZDF	Deutschland – Niederlande	EM-Vorrunde 1992	18.06.1992	20,70
23	ARD	Frankreich – Italien	EM-Endspiel 2000	02.07.2000	20,43
24	ARD	Deutschland – Südkorea	WM-Halbfinale 2002	25.06.2002	20,24
25	ZDF	Deutschland – Costa Rica	WM-Vorrunde 2006	09.06.2006	20,06

Quelle: AGF/GfK, 1992 GfK-Inmarkt, seit 1996 GfK pc#tv, bis 2004 Fernsehpanel D, ab 2005 Fernsehpanel D + EU, bis 1995 Zuschauer ab 6 Jahre, seit 1996 Zuschauer ab 3 Jahre.

sten dabei waren die 17 Länderspiele der deutschen Mannschaft: Sie erreichten 9,83 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 35,4 Prozent.

WM- und EM-Spiele dominieren die Ranglisten der meistgesehenen Sendungen

Die enorme Markenbedeutung, die Fußball-Liveübertragungen speziell bei Welt- und Europameisterschaften im Fernsehen haben, zeigt die Tatsache, dass von den 25 meistgesehenen Fernsehsendungen seit 1992 23 Liveübertragungen von Spielen bei Fußball-Welt- und -Europameisterschaften sind. (17) In die Phalanx der WM- und EM-Spiele haben es lediglich zwei „Wetten, dass..?“-Sendungen geschafft (vgl. Tabelle 3). Daher ist es nicht verwunderlich, dass alle großen Fußballspiele im Fernsehen live übertragen werden: im Free-TV die Fußball-Welt- und Europameisterschaften, die Länderspiele der deutschen Mannschaft, die Champions-League-Spiele (bis zur Saison 2005/06 weitgehend im Free-TV, ab 2006/07 weitgehend im Pay-TV), die UEFA-Pokalspiele, die DFB-Pokalspiele und natürlich die Bundesliga (im Pay-TV alle Spiele der 1. und 2. Liga, im Free-TV jeweils eine Begegnung des ersten Vor- und Rückrundenspieltags der 1. Bundesliga sowie jeweils wöchentlich ein Spiel der 2. Bundesliga). Darüber hinaus werden inzwischen auch wichtige Spiele im Frauenfußball – wie etwa Welt- und Europameisterschaften, Länderspiele, Champions-League-Spiele oder das DFB-Pokalendspiel – und auch Länderspiele im Juniorenfußball im Free-TV übertragen.

Verschiedene Wettbewerbe entwickeln beim Fußball aber durchaus eine unterschiedliche Markenstärke. Nimmt man die Akzeptanzzahlen der Liveübertragungen als Maßstab, dann rangieren Fußball-WM- und -EM-Spiele ganz oben, gefolgt von den Länderspielen, seien es Freundschaftsspiele oder Qualifikationsspiele zur WM oder EM, dann folgen DFB-Pokalspiele, die Champions-League-Spiele, die beiden im Free-TV gezeigten Eröffnungsspiele des ersten Vor- und Rückrundenspieltags der Bundesliga und dann die Spiele im UEFA-Pokal (vgl. Tabelle 4).

Eine große Rolle spielt natürlich auch die zusammenfassende Berichterstattung, vor allem von der Fußballbundesliga in den Sportsendungen der ARD („Sportschau“) und des ZDF („Das aktuelle Sportstudio“), inzwischen auch beim DSF („Bundesliga – Der Sonntag“). Die größte Markenbedeutung für Fußball hat dabei die ARD-„Sportschau“ am Samstag als Erstrechteverwerter für die Free-TV-Zusammenfassung: Sie erreichte in der Saison 2005/06 im Durchschnitt eine Zuschauerzahl von 5,64 Millionen bei einem Marktanteil von 26,3 Prozent.

Unterschiedliche Zuschauerakzeptanz bei den verschiedenen Wettbewerben

„Sportschau“ bei zusammenfassender Berichterstattung führend

④ **Live-Fußballspiele in der Saison 2005/06 nach Wettbewerbstypen**

Zuschauer ab 3 Jahre in Mio, Marktanteile in %

Sender	Spiel	Anzahl Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %
ARD/ZDF	WM-Spiele deutsche Mannschaft	7	24,04	80,7
ARD/ZDF/RTL	WM-Spiele gesamt	56	12,06	52,8
ARD/ZDF/RTL	WM-Spiele ohne deutsche Mannschaft	49	10,27	47,1
ARD/ZDF	Länderspiele deutsche Mannschaft (ohne WM)	11	9,96	34,9
ARD/ZDF	DFB-Pokal	10	7,36	23,8
SAT.1	Champions League	13	6,15	20,0
ARD	Bundesliga	2	6,09	20,1
ZDF	UEFA Cup 2005/06	11	5,07	17,9

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, pc#tv, Fernsehpanel D + EU.

⑤ **WM 1994 bis 2006**

Zuschauer in Mio, Marktanteile in % / Weitester Seherkreis in Mio und %

Jahr/Gastgeberland	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %	Weitester Seherkreis* in Mio	in %
1994 USA	7,29	48,4	46,84	66,3
1998 Frankreich	10,29	48,1	54,96	77,0
2002 Japan/Südkorea	9,24	65,3	48,26	67,8
2006 Deutschland	12,06	52,8	61,12	83,3

* Weitester Seherkreis: mindestens ein Spiel gesehen.

Quelle: AGF/GfK, 1994 GfK-Inmarkt, seit 1998 GfK pc#tv, 1994 Zuschauer ab 6 Jahre, seit 1998 Zuschauer ab 3 Jahre, bis 2002 Fernsehpanel D, seit 2006 Fernsehpanel D + EU.

WM 2006: Auftreten der deutschen Mannschaft kam beim Publikum an

Erfolgreiche und sympathische Akteure generell und Sportler/Mannschaften speziell haben in den meisten Fällen einen hohen Fernseh-Attraktionswert und stärken somit den Markenkern eines Produkts. Auf diesen Effekt zielte das Auftreten der deutschen Fußballnationalmannschaft während der WM 2006 in ausgeprägtem Maße. Die Art, wie vor allem ARD und ZDF über die Spiele der deutschen Mannschaft berichteten, kommunizierte diese erfolgsbetonte und gleichzeitig die Erfolgsnotwendigkeit nicht überbewertende Grundhaltung.

Zuschauer möchten große Sportereignisse bei ARD und ZDF sehen

Ein Markenprodukt wie die Fußball-WM gewinnt auch durch die Auswahl der „richtigen“ Sender, die dieses Event übertragen. ARD und ZDF haben unter den deutschen Fernsehsendern die stärkste und vielfältigste Imageposition. Große nationale Sportereignisse wie Fußball-Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele möchten mehr als 90 Prozent der Zuschauer bei ARD und ZDF und nicht nur bei den kommerziellen Sendern sehen (vgl. den Beitrag von Geese/Zeughardt/Gerhard in diesem Heft).

Wie wichtig der „richtige“ Sender für die Übertragung von großen Sportevents ist, lässt sich anhand zweier Fußballbeispiele außerhalb von WM-Übertragungen zeigen. Als die ARD ab der Saison 2003/04 die Bundesliga-Free-TV-Rechte von SAT.1 zurückgewann, erreichte die Samstags-„Sportschau“ der ARD mit 6,00 Millionen Zuschauern deutlich

mehr Zuschauer als die SAT.1-„ran“-Sendung eine Saison vorher mit 4,48 Millionen Zuschauern. (18) Als die UEFA in der Saison 1999/2000 die Free-TV-Rechte an der Champions League an den Sender TM 3 gab, sank die Zuschauerzahl von 9,43 Millionen (Saison 1998/99 bei RTL) auf 4,36 Millionen. Ab der nächsten Saison erhielt RTL von der UEFA wieder die Rechte, und die Zuschauerzahl stieg auf 6,33 Millionen.

Fußball-WM als Fernseh-event

Eine Fußball-WM ist für den überwiegenden Teil der deutschen Fernsehzuschauer das größte TV-Event. Nur eine Fußball-EM und Olympische Sommer- und Winterspiele reichen an die Ereignisqualität einer WM annähernd heran. Dabei können EM-Übertragungen bei der Zuschauerzahl durchaus Akzeptanzwerte von WM-Spielen erreichen. In der Spitze nicht ganz so hohe Akzeptanzwerte erreichen Übertragungen von Olympischen Spielen. Im Gegensatz zu Fußball-WM- und -EM sind bei Olympiaübertragungen die Akzeptanzwerte über lange Zeitstrecken hoch, oft über fast einen gesamten Tag. Bei großen Fußballübertragungen gehen die Einschaltzahlen während des Spiels steil nach oben.

Der nachdrückliche Ereignischarakter einer Fußball-WM zeigt sich neben den im Durchschnitt erzielten absoluten Zuschauerzahlen und den Marktanteilen auch noch sehr nachhaltig in einem weiteren

Fast 84 Prozent aller TV-Zuschauer haben bei der WM 2006 ein Livespiel gesehen

⑥ WM 2006: Spiele der deutschen Mannschaft

Zuschauer ab 3 Jahre in Mio, Marktanteile in %

Sender	Spiel	Tag	Datum	Beginn ... Uhr	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %
ZDF	Deutschland – Costa Rica	Fr	09.06.2006	18.01	20,06	75,7
ARD	Deutschland – Ecuador	Di	20.06.2006	15.59	21,30	82,1
ZDF	Deutschland – Schweden	Sa	24.06.2006	17.00	22,34	86,3
ARD	Deutschland – Polen	Mi	14.06.2006	20.57	23,88	72,5
ZDF	Deutschland – Portugal	Sa	08.07.2006	21.00	23,97	76,1
ARD	Deutschland – Argentinien	Fr	30.06.2006	16.58	24,74	86,1
ZDF	Deutschland – Italien	Di	04.07.2006	21.00	29,66	84,1

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, pc#tv, Fernsehpanel D + EU.

⑦ WM 2002: Spiele der deutschen Mannschaft

Zuschauer ab 3 Jahre in Mio, Marktanteile in %

Sender	Spiel	Tag	Datum	Beginn ... Uhr	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %
ARD	Deutschland – Saudi-Arabien	Sa	01.06.2002	13.31	12,11	75,5
ZDF	Deutschland – Irland	Mi	05.06.2002	13.29	12,43	73,1
ZDF	Deutschland – Kamerun	Di	11.06.2002	13.31	15,40	77,8
ARD	Deutschland – Paraguay	Sa	15.06.2002	8.24	18,04	87,5
ZDF	Deutschland – USA	Fr	21.06.2002	13.30	19,41	83,1
ARD	Deutschland – Südkorea	Di	25.06.2002	13.29	20,24	85,1
ZDF	Deutschland – Brasilien	So	30.06.2002	13.01	26,52	88,2

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, pc#tv, Fernsehpanel D.

Indikator: dem weitesten Seherkreis eines solchen Events. Der weiteste Seherkreis gibt dabei an, wie viele Zuschauer mindestens eines der Livespiele gesehen haben. Bei der WM 2006 waren dies 61,48 Millionen Zuschauer, das sind 83,7 Prozent aller potenziellen Fernsehzuschauer in Deutschland. Auch die Weltmeisterschaften von 1994 bis 2002 kommen hier auf weiteste Seherkreise von zwei Drittel und drei Viertel aller möglichen Fernsehzuschauer (vgl. Tabelle 5).

Deutliche Akzeptanzunterschiede bei den einzelnen WM-Spielen

Aber auch bei Liveübertragungen gibt es teilweise deutliche Akzeptanzunterschiede, selbst im Rahmen von Fußball-Weltmeisterschaften. In der Bedeutungsskala der Zuschauer zeigen sich große Differenzen, beispielsweise zwischen einem entscheidenden Viertel- oder Halbfinalspiel oder sogar einem Finale und einem im Verlauf eines WM-Turniers bedeutungslos gewordenen letzten Vorrundenspiel, bei dem es beiden Teams um nichts Entscheidendes mehr geht. So hatte bei der WM 2006 etwa die Vorrundenbegegnung Frankreich gegen Togo eine Zuschauerzahl von „nur“ 4,97 Millionen bei einem Marktanteil von 36,8 Prozent, das Halbfinale Deutschland gegen Italien mit 29,66 Millionen und 84,1 Prozent Marktanteil dagegen die höchste Zuschauerzahl beim Turnier insgesamt.

In der Regel nimmt die Akzeptanz der Übertragungen mit dem Fortgang eines WM-Turniers und mit dem Weiterkommen der deutschen Mannschaft im Laufe des Turniers zu. So war es auch fast

durchgängig bei der diesjährigen WM. Nur durch ungünstige Anstoßzeiten, zum Beispiel am Nachmittag oder am frühen Vorabend, kann ein vom Ablauf wichtigeres Spiel in der Zuschauerrangfolge etwa hinter ein Vorrundenspiel zurückfallen. Die beiden Vorrundenspiele der deutschen Mannschaft gegen Costa Rica und Ecuador erreichten die niedrigsten Zuschauerzahlen der sieben deutschen Spiele. Beide Spiele fanden am Vorabend und am Nachmittag statt. Das zweite, nicht unbedeutende Vorrundenspiel gegen Polen erreichte mehr Zuschauer als das Achtelfinalspiel gegen Schweden am Nachmittag. Beim Viertel- und Halbfinale gegen Argentinien und Italien ist die Rangfolge mit der Wettbewerbsabfolge identisch: Das Halbfinale sahen mehr Zuschauer als das Viertelfinale. Beim Spiel um Platz drei war dann die große Spannung um das Weiterkommen beendet (vgl. Tabelle 6). Den zweiten Platz in der Zuschauerrangfolge belegte mit 25,88 Millionen Zuschauern – der Wettbewerbsabfolge entsprechend – das Finale Italien gegen Frankreich.

Bei der WM 2002 stieg ab dem ersten Vorrundenspiel der deutschen Mannschaft gegen Saudi-Arabien mit 12,11 Millionen Zuschauern bis zum Endspiel gegen Brasilien mit 26,52 Millionen Zuschauern von Spiel zu Spiel, also mit zunehmender Bedeutung des Wettbewerbs, die Zuschauerzahl an (vgl. Tabelle 7).

Neue Eventdimension durch Public Viewing

Die WM 2006 gewann durch das Public Viewing nochmals eine neue Eventdimension. Millionen von Fußballfans sahen auf Fanmeilen und bei Großveranstaltungen die Liveübertragungen, vor allem der deutschen Mannschaft, in der Öffentlichkeit. So sahen ab dem Achtelfinale jeweils ca. 16 Millionen Zuschauer die Spiele der deutschen Mannschaft außerhalb ihrer eigenen Wohnung. In der Vorrunde lag die Anzahl der Public-viewing-Seher bei den Spielen der deutschen Mannschaft zwischen zehn und zwölf Millionen (vgl. den Beitrag von Geese/Zeughardt/Gerhard in diesem Heft).

Fußball lässt sich im TV ideal für die Zuschauer umsetzen

Ballsportarten wie vor allem Fußball, aber auch Basketball oder Handball lassen sich ideal im Fernsehen zuschauergerichtet umsetzen. Durch die physische Einheit von Ort, Handlung und Zeit lässt sich der Ablauf eines Fußballspiels ohne größere dramaturgische Eingriffe des Fernsehens auf eine spannende Art linear abbilden. Bei vielen Sportarten ist dies nicht der Fall.

Bei einer ganzen Reihe von Sportarten greift das Fernsehen ein und stellt einen linearen und somit zuschauerfreundlichen Ablauf eines sportlichen Wettbewerbs erst her, wie zum Beispiel bei den Wintersportarten Biathlon und Langlauf. Oder das Fernsehen muss erst durch erklärende Eingriffe den Ablauf und die Entscheidungen einer Sportart herausarbeiten (etwa beim Fechten). Beim Fußball kann der Zuschauer alles, was auf dem Spielfeld (und teilweise im Stadion) passiert, auch direkt – und meist ohne Erklärungen – am Bildschirm selbst verfolgen.

Immer wieder optimiert: die Aufbereitung des Fußballs im Fernsehen

In den letzten Jahren hat sich die Qualität der Umsetzung fast aller Sportarten im Fernsehen wesentlich verbessert, vor allem auch beim Fußball. Die visuelle Aufbereitung der Liveübertragungen hat bei der WM 2006 nochmals einen qualitativen Sprung gemacht: 16:9-Format, mehr Kameras, mehr Totale, Mitgehen der Kameras mit den ballführenden Spielern, grafische Zusatzelemente oder computeranimiertes Nachstellen von Spielszenen.

Darüber hinaus hat sich die Liveberichterstattung über die reine Übertragungszeit des Spiels nochmals ausgedehnt. Die kommentierende Vor- und Nachbereitung mit gleichermaßen analysierenden und unterhaltenden Moderatoren und Experten der WM- und auch anderer Spiele hat sich zu einem eigenen Formatelement bei den Übertragungen entwickelt. Gerade die WM 2006 hat hier bei ARD und ZDF („ZDF Arena“) neue Formen entwickelt. Die Zuschauer schätzen diese Zusatzelemente.

Auch im Fußball: In der Primetime sind die Quoten höher

Die höchste Fernsehnutzung in Deutschland findet in der Primetime am Abend statt. Zwischen 21.00 und 21.30 Uhr sehen normalerweise die meisten Zuschauer fern. Am Vor- und am Nachmittag, auch am Vorabend und am Spätabend ist die Anzahl der Fernsehzuschauer geringer. Zwar steigt die Fernsehnutzung bei großen Sportevents wie einer Fußball-WM, -EM oder Olympischen Spielen zu allen

Tageszeiten enorm. Dennoch ist auch bei großen Sportübertragungen die Chance, sehr viele Zuschauer zu erreichen, in der Primetime am höchsten.

Insgesamt erreichten bei der WM 2006 die am Abend um 21.00 und 20.00 Uhr ausgetragenen Spiele mehr Zuschauer als die Nachmittags- und Vorabendbegegnungen. Die Livespiele am Abend erreichten mit 14,87 Millionen Zuschauern mehr als doppelt so viele Zuschauer wie die Nachmittagsspiele mit 7,09 Millionen – mit 51,6 Prozent am Abend und 49,5 Prozent am Nachmittag liegen die Marktanteile auf (fast) gleich hohem Niveau. Bei den Spielen der deutschen Mannschaft macht sich der Unterschied nicht so deutlich bemerkbar, allerdings erreichten die drei Begegnungen um 20.00 und 21.00 Uhr auch hier die höchsten Zuschauerzahlen. Dagegen ist bei den Spielen ohne deutsche Beteiligung der Tageszeitenunterschied wieder sehr deutlich: 6,02 Millionen bei den Nachmittagsspielen und 13,26 Millionen bei den Abendspielen (vgl. Tabelle 8).

Finden WM-Turniere außerhalb von Europa mit einer entsprechenden Zeitverschiebung statt und sind somit die entscheidenden Spiele nicht in der zentralen Primetime oder im direkten Umfeld, dann macht sich das im Gesamtschnitt der Spiele in einer niedrigeren Reichweite bemerkbar. So erklärt sich die niedrigere Gesamtakzeptanz der Livespiele bei der WM in Japan und Südkorea mit 9,24 Millionen Zuschauer, obwohl die deutsche Mannschaft sehr erfolgreich war und bis ins Endspiel kam. Das Achtelfinalspiel Deutschland gegen Paraguay wurde in Deutschland morgens um 8.30 Uhr live übertragen, allerdings mit einer doch enormen Zuschauerzahl von 18,04 Millionen. Noch deutlicher war der Akzeptanzabfall aufgrund der Zeitverschiebung – und auch wegen des schlechten Abschneidens der deutschen Mannschaft – bei der WM in den USA 1994 mit einem Schnitt von 7,29 Millionen Zuschauern. Sieben der insgesamt 48 Spiele wurden in Deutschland nachts um 1.30 Uhr live übertragen – mit einem Zuschauerschnitt von 0,67 Millionen.

Die Beginnzeit der Liveübertragung sorgte allerdings auch schon bei früheren Turnieren dafür, dass entscheidende Spiele zu einer früheren Uhrzeit eine niedrigere Akzeptanz hatten als weniger entscheidende Begegnungen: So erreichte zum Beispiel bei der WM in England 1966 das Gruppenspiel Deutschland gegen Spanien um 19.30 Uhr mit einer Einschaltquote von 77 Prozent eine marginal höhere Akzeptanz als das Endspiel Deutschland gegen England mit 76 Prozent um 15.00 Uhr. Auch das „Jahrhundertspiel“ beim Halbfinale der WM 1970 Deutschland gegen Italien mit 64 Prozent Einschaltquote um 23.00 Uhr hatte eine geringere Akzeptanz als das Viertelfinale Deutschland gegen England mit 70 Prozent um 19.00 Uhr.

Über die Jahre hat die FIFA den Spielplan der Weltmeisterschaften so entzerrt, dass mit Ausnahme der letzten zeitgleichen Vorrundenspiele immer nur ein Spiel stattfindet und übertragen werden

Zeitverschiebungen wirken sich ungünstig aus

Bei WM verfolgen viele Zuschauer bis zu drei Livespiele täglich

⑧ WM 2006: Spiele zu unterschiedlichen Beginnzeiten

Zuschauer ab 3 Jahre in Mio, Marktanteil in %

Spiel	Anzahl Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
Livespiele gesamt	56	12,06	52,8
Livespiele 15.00/16.00 Uhr	14	7,09	49,5
Livespiele 17.00/18.00 Uhr	17	11,76	57,1
Livespiele 20.00/21.00 Uhr	25	14,87	51,6
Livespiele mit deutscher Beteiligung gesamt	7	24,04	80,7
Livespiele mit deutscher Beteiligung 16.00 Uhr	1	21,30	82,1
Livespiele mit deutscher Beteiligung 17.00/18.00 Uhr	3	22,67	83,2
Livespiele mit deutscher Beteiligung 21.00 Uhr	3	26,23	78,4
Livespiele ohne deutsche Beteiligung gesamt	49	10,27	47,1
Livespiele ohne deutsche Beteiligung 15.00/16.00 Uhr	13	6,02	44,7
Livespiele ohne deutsche Beteiligung 17.00/18.00 Uhr	14	9,26	48,6
Livespiele ohne deutsche Beteiligung 20.00/21.00 Uhr	22	13,26	47,0

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, pc#tv, Fernsehpanel D + EU.

kann. So entstand für die übertragenden Sender die Möglichkeit, große Programmstrecken mit teilweise bis zu drei Livespielen am Tag zu bestücken. Dies haben, über die Jahre auch zunehmend, begleitende Vor- und Nachberichterstattungsformen mit Berichten, Studiomoderationen und verschiedenartigen Expertenrunden ergänzt. Diese extensive Berichterstattung im täglichen Wechsel zwischen den Sendern führt zu ausgiebigen Audience-Flow-Effekten: Viele Zuschauer verfolgen über eine lange Zeitstrecke bis zu drei Livespiele und zusätzlich noch die vor- und nachbereitende Berichterstattung.

So haben zum Beispiel am 14. Juni 2006, einem Vorrundenspieltag mit drei Begegnungen, an dem die ARD übertrug, 43,0 Prozent der Zuschauer des Spiels Spanien gegen Ukraine um 15.00 Uhr auch das 18.00-Uhr-Spiel Tunesien gegen Saudi-Arabien gesehen, und 74,3 Prozent der Zuschauer dieses Spiels haben dann auch das 21.00-Uhr-Spiel Deutschland gegen Polen verfolgt. Außerdem haben 62,8 Prozent der Zuschauer des Nachmittagsspiels Spanien gegen Ukraine auch das Prime-timespiel Deutschland gegen Polen gesehen. So führt die Anzahl der Livespiele und ihre Einbettung in eine umfassende Rundum-Berichterstattung über lange Zeitstrecken zu hohen Akzeptanzzahlen.

Weiterer Erfolgsgarant bei WM-Spielen: breite Zielgruppenansprache

Ein letzter, aber entscheidender Erfolgsgarant für eine hohe Akzeptanz eines Sportereignisses im Fernsehen ist die breite Zielgruppenansprache. Die WM-Livespiele erreichen bei allen soziodemographischen Zielgruppen hohe und relativ gleichmäßige Marktanteilswerte. Die prozentualen Abweichungen vom Marktanteilsdurchschnittswert von 52,8 Prozent bei Erwachsenen ab 14 Jahre sind bei allen übertragenen Spielen vergleichsweise gering. Noch geringer sind sie bei den Spielen der deutschen Mannschaft mit einem Durchschnittswert von 80,5 Prozent bei erwachsenen Zuschauern. Das heißt, die WM-Livespiele erreichen auf sehr hohem Akzeptanzniveau sehr gleichmäßig alle Zuschauergrup-

pen: nach Alter, Geschlecht, Bildung und Berufsstatus (vgl. Tabelle 9 auf S. 474).

Besonders auffällig ist die Tatsache, dass die Verteilung von Männern und Frauen bei den sieben Spielen der deutschen Mannschaft fast exakt 50 zu 50 ist: 11,30 Millionen Männer und 11,28 Millionen Frauen verfolgten im Schnitt die Spiele der deutschen Mannschaft. Bei den Spielen ohne deutsche Beteiligung ist das Verhältnis 59 Prozent Männer zu 41 Prozent Frauen. Bei den „wichtigen“ Spielen der WM mit der deutschen Mannschaft werden offensichtlich große Zuschauerpotenziale bei Frauen ausgeschöpft, die ansonsten eine geringere Fußballaffinität haben. Beim Viertelfinale Deutschland gegen Argentinien sahen sogar etwas mehr Frauen (11,79 Millionen) als Männer (11,48 Millionen) zu, und das Halbfinale Deutschland gegen Italien verfolgten sogar 1,53 Millionen Frauen (14,73 Millionen) mehr als Männer (13,20 Millionen). Auch beim Spiel um Platz drei Deutschland gegen Portugal waren erneut nochmals mehr Frauen (11,57 Millionen) als Männer (11,03 Millionen) unter den Zuschauern.

„Wichtige“ WM-Spiele der deutschen Mannschaft zogen viele Frauen an

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Zur Nachfrage nach Sportangeboten in den Medien. In: Schramm, Holger (Hrsg.): Die Rezeption des Sports in den Medien. Köln 2004, S. 28-48; Gerhard, Heinz: Fußball im Fernsehen – Wie die Tiefe des Raumes die Höhe der Einschaltquoten bestimmt. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): Fußball, Fernsehen, Politik. Wiesbaden 2006, S. 44-70.
- 2) Vgl. Gerhard (Anm. 1), S. 47.
- 3) Vgl. Hicketier, Knut: Geschichte des deutschen Fernsehens. Stuttgart, Weimar 1998, S. 77; Pfeifer, Werner: Bild und Ton – Das Fernsehen: Aufbau und Pioniertätigkeit des NWDR 1945-1954. In: Köhler, Wolfram (Hrsg.): Der NDR zwischen Programm und Politik – Beiträge zu seiner Geschichte. Hannover 1991, S. 226-257.
- 4) Vgl. Pfeifer (Anm. 3), S. 253.
- 5) Vgl. Hör Zu 25/1954, S. 35; Hör Zu 26/1954, S. 27; Hör Zu 27/1954. Von den Vorrundenspielen wurde mit Deutschland gegen Ungarn nur ein Spiel der deutschen Mannschaft übertragen, ab

9 WM 2006: Zuschauerstruktur bei allen Spielen und bei den Spielen der deutschen Mannschaft

Reichweite in % und in Mio, Marktanteile in %, Struktur in %

	alle Livespiele (56)				Livespiele deutsche Mannschaft			
	Reichweite in %	in Mio	Markt- anteil in %	Struktur in %	Reichweite in %	in Mio	Markt- anteil in %	Struktur in %
Zuschauer gesamt	16,4	12,06	52,8		32,7	24,04	80,7	
Kinder 3-13 Jahre	6,1	0,48	51,3		18,5	1,46	85,0	
Erwachsene ab 14 Jahre	17,7	11,58	52,8	= 100 %	34,4	22,58	80,5	= 100 %
Erwachsene 14-19 Jahre	8,1	0,42	51,2	4	19,1	0,99	85,9	4
Erwachsene 20-29 Jahre	11,0	0,86	50,2	7	20,8	1,63	80,9	7
Erwachsene 30-39 Jahre	15,3	1,68	53,3	15	28,9	3,18	81,0	14
Erwachsene 40-49 Jahre	17,3	2,05	54,4	18	33,4	3,95	82,3	18
Erwachsene 50-59 Jahre	20,1	1,90	54,3	16	38,5	3,65	81,4	16
Erwachsene 60-69 Jahre	24,2	2,56	56,6	22	45,0	4,77	81,9	21
Erwachsene ab 70 Jahre	21,9	2,10	47,5	18	45,9	4,41	75,3	20
Frauen ab 14 Jahre	14,8	5,04	44,1	43	33,1	11,28	75,8	50
Männer ab 14 Jahre	20,8	6,55	62,3	57	35,9	11,30	85,8	50
Volksschule ohne Lehre	13,7	1,51	45,1	13	29,4	3,23	76,1	14
Volksschule mit Lehre	20,9	4,54	53,9	39	40,1	8,70	81,2	39
weiterführende Schule	16,3	3,49	50,8	30	32,4	6,93	79,2	31
Abitur/Hochschule/Studium	18,1	1,99	62,4	17	32,7	3,60	85,5	16
einfache Arbeiter	12,6	0,30	41,3	3	27,2	0,66	72,9	3
qualifizierte Arbeiter/Facharbeiter	17,6	1,27	54,6	11	31,3	2,26	81,7	10
Angestellte/Kleine Selbständige	16,3	3,07	55,1	27	31,5	5,93	82,5	26
leitende Angestellte/Beamte/Selbständige	18,9	0,56	66,0	5	33,2	0,98	87,7	4
früher berufstätig/ohne Beruf	18,8	6,26	51,2	54	37,6	12,50	79,2	55

Quelle AGF/GfK-Fernsehforschung, pc#tv, Fernsehpanel D + EU.

- dem Viertelfinale wurden dann alle Spiele der deutschen Mannschaft gezeigt: Viertelfinale Deutschland gegen Jugoslawien, Halbfinale Deutschland gegen Österreich, Endspiel Deutschland gegen Ungarn sowie das Spiel um Platz drei Österreich gegen Uruguay. Reporter beim Endspiel war Bernhard Ernst.
- 6) Vgl. Pfeifer (Anm. 3), S. 253.
 - 7) Ein größeres Publikum wird allerdings die Radioübertragung mit dem Reporter Herbert Zimmermann gehabt haben, die im Nachhinein einen Kultstatus erlangt hat, weil sie im Gegensatz zur Tonspur der Fernsehreportage archiviert wurde und somit ins kollektive deutsche Fußballgedächtnis eingehen konnte.
 - 8) Vgl. Pfeifer (Anm. 3), S. 253.
 - 9) Darunter fünf Spiele der deutschen Mannschaft: zwei aus der Vorrunde (Deutschland - Argentinien und Deutschland - Nordirland), das Viertelfinale Deutschland gegen Jugoslawien, das Halbfinale Deutschland gegen Schweden, das Spiel um Platz drei Deutschland gegen Frankreich sowie das Finale Schweden gegen Brasilien. Vgl. Hör Zu 1958 (ohne Nummer und Seitenzahl).
 - 10) Erst am 10.7.1962, also kurz nach der WM, wurde der Satellit Telstar, der erste Liveübertragungen über Kontinente hinweg ermöglichte, im Weltall installiert.
 - 11) Darunter auch von allen drei Vorrundenspielen Deutschland gegen Italien, Deutschland gegen die Schweiz und Deutschland gegen Argentinien sowie vom Viertelfinale Deutschland gegen Jugoslawien.
 - 12) Vgl. Infratam-Bericht, Bericht 15 - 1966, 18. Juli - 31. Juli, Frankfurt 1966.
 - 13) Vgl. Buß, Michael/Wolfgang Darschin: Auf der Suche nach dem Fernsehpublikum. Ein Rückblick auf 40 Jahre kontinuierliche Zuschauerforschung. In: Media Perspektiven 1/2004, S. 15-27.
 - 14) Vgl. Bessler, Hansjörg: Hörer- und Zuschauerforschung. Band 5 von: Bausch, Hans (Hrsg.): Rundfunk in Deutschland. München 1980, S. 321-327; Buß/Darschin (Anm. 13), S. 15-27.
 - 15) Vgl. Buß/Darschin (Anm. 13), S. 15-27.
 - 16) Bei ARD und ZDF: Länderspiele inklusive Confederations Cup, DFB-Pokal, UEFA-Pokal, Bundesligaspiele (nur ARD), sowohl Männer wie Frauenmannschaften, bei SAT.1: Champions League.
 - 17) Hierbei sind Sendungen, die direkt vor, während und nach den Fußball-Liveübertragungen ausgestrahlt werden, wie etwa Studio-moderationen, zusammenfassende Berichte über die Spiele oder auch Nachrichtensendungen nicht mitgerechnet, da deren meist ähnlich hohe Zuschauerzahlen vom Audience Flow der Fußballspiele stammen.
 - 18) Vgl. Hofsummer, Karl-Heinz/Erk Simon/Camille Zubayr: Die „ARD-Sportschau“ - erfolgreich in allen Zielgruppen. Eine Bilanz nach Abschluss der Fußballbundesliga-Saison 2003/2004. In: Media Perspektiven 7/2004, S. 310-324.

